

**ANALISIS POSISI SWALAYAN "X" BERDASARKAN
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAKSANAAN BAURAN USAHA ECERAN PADA
SWALAYAN-SWALAYAN DI DAERAH TENGGILIS SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

*KK
B 90/99
mur
a*



**DIAJUKAN OLEH
HESTI MURTRIASTANTI**

No. Pokok : 049635507

**K E P A D A
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
1999**

SKRIPSI

ANALISIS POSISI SWALAYAN "X" BERDASARKAN
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PELAKSANAAN BAURAN USAHA ECERAN PADA
SWALAYAN-SWALAYAN DI DAERAH TENGGILIS SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

HESTI MURTRIASTANTI

No. Pokok : 049635507

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


Dra. Ec. INDRIANAWATI USMAN, M.Sc

TANGGAL 12-9-1999

KETUA JURUSAN,


Dr. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 10-9-1999

INTISARI (ABSTRAKSI)

Usaha eceran dalam bentuk toko sudah semakin banyak didirikan dan bahkan usaha eceran dari luar negeri sudah mulai berdatangan. Keadaan ini tentunya akan menimbulkan persaingan yang sengit. Agar suatu usaha dapat tetap bertahan dan bersaing, maka usaha tersebut harus bisa memuaskan kebutuhan konsumennya. Oleh karena itu, kepuasan, saat ini, semakin diperhatikan oleh pengusaha. Pihak mana yang bisa memuaskan maka ia yang akan mendapatkan tempat atau posisi yang teratas dalam benak konsumen dan akhirnya akan terbentuk suatu citra menurut konsumen.

Swalayan "X", pada saat ini, menghadapi dua pesaingnya di daerah Tenggilis, Surabaya, yaitu swalayan Talia dan swalayan toko Indomaret. Kedua pesaingnya tersebut, yang baru muncul kurang lebih empat tahun belakangan, ternyata mampu menarik pembeli yang banyak. Untuk itu, swalayan "X" harus mengetahui posisinya saat ini dan bagaimana tingkat kepuasan konsumen (pembeli)nya terhadap pelaksanaan strateginya (bauran usaha eceran).

Hasil penelitian menunjukkan, tingkat kepuasan konsumen, yang dihitung dengan nilai ketidakpuasan konsumen (nilai D) terhadap swalayan "X" (nilai $D = 3.278$) ternyata lebih tinggi daripada swalayan Talia (nilai $D = 3.886$) dan swalayan Indomaret (nilai $D = 5.032$).

Penilaian posisi dihitung dengan nilai per segmen. Posisi swalayan "X" (nilai $D = 1.217$) pada segmen wanita bekerja ternyata lebih unggul daripada swalayan Talia (nilai $D = 1.553$) dan swalayan Indomaret (nilai $D = 1.688$). Pada segmen wanita tidak bekerja, posisi swalayan "X" (nilai $D = 1.182$) lebih unggul daripada swalayan Talia (nilai $D = 1.329$) dan swalayan Indomaret (nilai $D = 1.787$). Pada segmen pria, posisi swalayan "X" (nilai $D = 879$) lebih unggul daripada swalayan Talia (nilai $D = 1.004$) dan swalayan Indomaret (nilai $D = 1.557$).

Dengan demikian, pada dasarnya, swalayan "X" lebih unggul dalam memberikan kepuasan dan posisinya di dalam benak konsumen. Untuk itu, swalayan "X" harus mempertahankan kinerjanya, dan bahkan meningkatkannya dengan memberikan bentuk-bentuk pelayanan lainnya untuk menarik pembeli.